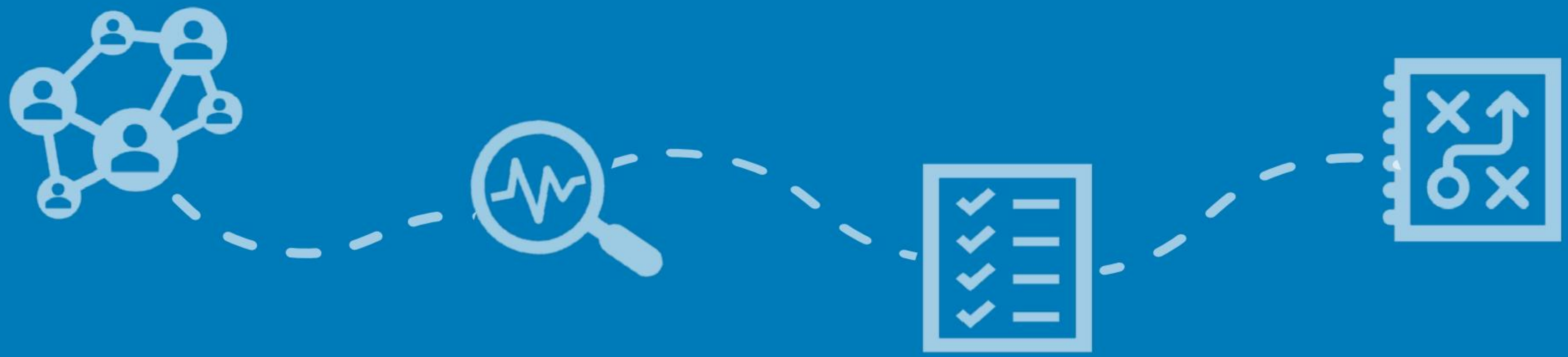
Machine Translated by Google

VACCINEKRISE KOMMUNIKATIONSVEJLEDNING

EN TRIN-FOR-TRIN VEJLEDNING TIL NATIONALE IMMUNISATIONSPROGRAMMER



Machine Translated by Google

ABSTRAKT

Denne manual blev udviklet for at støtte lande i at reagere effektivt på begivenheder, der kan undergrave offentlighedens tillid til vacciner og de myndigheder, der leverer dem. Derudover fokuserer et lille afsnit af denne manual på, hvordan man bedst forbereder sig på en potentiel krise, og giver nogle indsigter i, hvordan man udfører post-krisevurderinger. Til responsfasen gives trin-for-trin vejledning om, hvordan man håndterer kommunikationsaspekterne af en vaccinekrise.

WHO/EURO:2022-3471-43230-60590

© WORLD HEALTH ORGANISATION 2022

Nogle rettigheder forbeholdes. Dette arbejde er tilgængeligt under Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 IGO-licensen (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; https://creativecommons.org/licenser/by-nc-sa/3.0/igo).

I henhold til vilkårene i denne licens må du kopiere, videredistribuere og tilpasse værket til ikke-kommercielle formål, forudsat at værket er korrekt citeret, som angivet nedenfor. I enhver brug af dette arbejde bør der ikke være nogen forslag om, at WHO godkender nogen specifik organisation, produkter eller tjenester. Brug af WHO-logoet er ikke tilladt. Hvis du tilpasser værket, så skal du licensere dit værk under samme eller tilsvarende Creative Commons-licens. Hvis du opretter en oversættelse af dette værk, skal du tilføje følgende ansvarsfraskrivelse sammen med det foreslåede citat: "Denne oversættelse er ikke oprettet af Verdenssundhedsorganisationen (WHO). WHO er ikke ansvarlig for indholdet eller nøjagtigheden af denne oversættelse. Den originale engelske udgave skal være den bindende og autentiske udgave: Vaccine crisis communication manual: step-by-step guide for national immunization programmes. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2022".

Enhver mægling i forbindelse med tvister, der opstår under licensen, skal udføres i overensstemmelse med mæglingsreglerne i World Intellectual Property Organization. (http://www.wipo.int/amc/en/mægling/regler/)

Foreslået citat. Vaccine krisekommunikationsmanual: trin-for-trin vejledning til nationale immuniseringsprogrammer. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2022. Licens: CC BY-NC- SA 3.0 IGO.

Cataloging-in-Publication (CIP) data. CIP-data er tilgængelige på http://apps.who.int/iris.

Salg, rettigheder og licenser. For at købe WHO-publikationer, se http://apps.who.int/bookorders. For at indsende anmodninger om kommerciel brug og forespørgsler om rettigheder og licensering, se http://www.who.int/om/licensering.

Tredjepartsmaterialer. Hvis du ønsker at genbruge materiale fra dette værk, der er tilskrevet en tredjepart, såsom tabeller, figurer eller billeder, er det dit ansvar at afgøre, om der er behov for tilladelse til den genbrug, og at indhente tilladelse fra indehaveren af ophavsretten. Risikoen for krav som følge af krænkelse af en tredjepart ejet komponent i arbejdet påhviler udelukkende bruger.

Generelle ansvarsfraskrivelser. De anvendte betegnelser og præsentationen af materialet i denne publikation indebærer ikke udtryk for nogen som helst mening fra WHO's side om den juridiske status for ethvert land, territorium, by eller område eller dets myndigheder, eller om afgrænsningen af dets grænser eller grænser. Stiplede og stiplede linjer på kort repræsenterer omtrentlige grænselinjer, som der muligvis endnu ikke er fuld enighed om.

Omtalen af specifikke virksomheder eller af visse producenters produkter betyder ikke, at de er godkendt eller anbefalet af WHO frem for andre af lignende art, som ikke er nævnt. Med undtagelse af fejl og udeladelser, er navnene på proprietære produkter kendetegnet ved begyndende store bogstaver.

Alle rimelige forholdsregler er taget af WHO for at verificere oplysningerne i denne publikation. Det offentliggjorte materiale distribueres dog uden garanti af nogen art, hverken udtrykt eller underforstået. Ansvaret for fortolkning og brug af materialet ligger hos læseren. WHO er under ingen omstændigheder ansvarlig for skader, der opstår som følge af brugen af det.

Design og layout: Alma Sokolovic-Rasmussen

Machine Translated by Google

VACCINEKRISE KOMMUNIKATIONSVEJLEDNING

EN TRIN-FOR-TRIN VEJLEDNING TIL NATIONALE IMMUNISATIONSPROGRAMMER

Machine Translated by Google

INDHOLD

Anerkendelser iii

Tabeller og figurer iii

Forkortelser iv

Ordliste iv

1. INTRODUKTION 1

1.1. HVEM ER DENNE VEJLEDNING BESTEMT TIL? 3

1.2. KRISESpons med ét blik – CHECKLISTE 4

2. FORBEREDELSE TIL VACCINEKRISER 5

2.1. EN KORT OVERSIGT OVER KOMMUNIKATIONSHANDLINGER 5

2.2. VURDERING AF HVORNÅR OG HVORDAN MAN KOMMUNIKERE 7

2.2.1. Vurder typen af vaccinerelateret hændelse 7

2.2.2. Samle information 8

2.2.3. Vurder mulig påvirkning 9

3. KRISESAK 10

3.1. KOORDINER OG ENGAGER 11

3.1.1. Saml vaccinekrisekoordinationsgruppe 11

3.1.2. Del information 11

3.2. DESIGN KOMMUNIKATIONSRESPONS 11

3.2.1. Identificer nøglemålgrupper 11

3.2.2. Definer kommunikationsmål og handlinger 13

3.2.3. Forbered beskeder 14

3.2.4. Vælg kommunikationskanaler 16

3.2.5. Overvåg den offentlige mening og medierne 17

3.3. INFORMER OFFENTLIGHEDEN 18

3.3.1. Korte talsmænd 18

3.3.2. Kommuniker med offentligheden 18

3.3.3. Kommunikere med medierne 19

3.3.4. Fortsæt svar 19

4. EVALUERING – ET KORT OVERBLIK 20

Bibliografi 21

BILAG 1.

Bedste praksis casestudier af middel og høj effekt vaccinekrise 23

BILAG 2.

Eksempler på evalueringsspørgsmål 25

Machine Translated by Google

ANKENDELSER

Denne manual er udviklet baseret på WHO's regionale kontor for Europa:

- vejledning om vaccinesikkerhed og krisekommunikation,
- træningssessioner i landet om vaccinesikkerhedskommunikation og ny vaccine introduktion, og
- desktop research inden for krise-, risiko- og nødkommunikation.

Det blev yderligere informeret af diskussioner med deltagere i kommunikationsworkshops med fokus på vaccinesikkerhed, kriser og uønskede hændelser efter immunisering (AEFI'er) afholdt på regionalt og nationalt niveau i WHO's europæiske region.

En særlig tak går til WHO's landekontorer og immuniseringsprogrampersonale i Kirgisistan og Usbekistan, som har bidraget til adskillige regionale og nationale workshops om vaccinesikkerhedskommunikation og introduktion af nye vacciner og hjalp med at forme denne manual, så den passer til landets behov.

Manualen er udviklet af programmet for vaccine-forebyggende sygdomme og immunisering under WHO's regionale kontor for Europa.

Hovedforfatteren var Katharina-Sophia Dolezal; medforfattere var Katrine Habersaat, Catharina de Kat og Siff Malue Nielsen.

Forfatterne retter en varm tak til Martha Scherzer, Brett Craig, Mindy Frost og Elisabeth Wilhelm for deres værdifulde input.

TABELLER OG FIGURER

FIGURER

Fig. 1. Kommunikationsrelaterede handlinger i hver fase af vaccinekrise ledelse 2

Fig. 3. Typer af vaccine-relaterede hændelser 7

Fig. 4. Kommunikationsstrategier baseret på konsekvensanalyse 9

Fig. 5. Kriserespons – centrale kommunikationshandlinger 10

BORDE

Tabel 1. Beredskabsfase – nøgleaktioner 5

Tabel 2. Indsamling af information for at forstå hændelsen 8

Tabel 3. Eksempel på klassificering af nøglemålgrupper 12

Tabel 4. Eksempel på kommunikationsmål og handlinger 13

Tabel 5. Mulige meddelelser relateret til forskellige potentielt stor indvirkningsbegivenheder 14

Tabel 6. Eksempel på skræddersyede budskaber til forskellige målgrupper 15

Tabel 7. Kommunikationsværktøjer og -kanaler 16

Tabel 8. Strategier til at overvåge den offentlige mening 17

Tabel 9. Post-krisevurdering – centrale kommunikationshandlinger 20

Tabel bilag 2.1. Liste over prøvespørgsmål – evalueringsfase 25

Machine Translated by Google

FORKORTELSER

AEFI	bivirkning efter immunisering
HPV	humant papillomavirus
NGO	ikke-statslig organisation
SIDS	pludselig spædbørnsdødssyndrom
UNICEF	FN's Børnefond

ORDLISTE

BIVIRKNING FØLGE IMMUNISERING (1)	Enhver uheldig medicinsk hændelse, der følger efter immunisering, og som ikke nødvendigvis har en årsagssammenhæng med brugen af vaccinen. Bivirkningen kan være ethvert ugunstigt tegn, unormale laboratoriefund, symptom eller sygdom.
VACCINEKRISE SAMORDNING MEKANISME	En koordineringsmekanisme etableret af sundhedsministeriet eller en anden sundhedsmyndighed for at forberede og reagere på en vaccinekrise. Dette er normalt en vaccinekrisekoordinationsgruppe bestående af interessenter fra forskellige institutioner, der repræsenterer forskellige ekspertiseområder, herunder immuniseringseksperter og kommunikationseksperter. I en krise kan denne gruppe omstruktureres eller udvides til at omfatte relevante eksperter, alt efter konteksten (f.eks. vil en vaccinerelateret krise i forbindelse med human papillomavirus (HPV) kræve et andet sæt af interessenter til at reagere end en krise relateret til offentliggørelsen af en krise. negativ artikel). Gruppen kan have en undergruppe, der fokuserer specifikt på kommunikation, og den bør udvikle en vaccinekrisekommunikationsplan.
VACCINEKRISE	Denne manual definerer en vaccinekrise som en begivenhed, der højst sandsynligt eller allerede har svækket offentlighedens tillid til vacciner og/eller vaccination og de myndigheder, der leverer dem, og som kan skabe usikkerhed. Dette kræver øjeblikkelig handling og en effektiv reaktion for at dæmme op for den negative påvirkning Vaccinerelaterede hændelser kan eller ikke kan være direkte forårsaget af selve vaccinen/vaccinationen.
VACCINERELATERET BEGIVENHED	En vaccinerelateret hændelse er enhver hændelse, som potentielt kan skabe usikkerhed og/eller udhule offentlighedens tillid til vacciner og/eller vaccination og de myndigheder, der leverer dem. Ikke alle vaccinerelaterede hændelser vil udvikle sig til en krise. Vaccinerelaterede hændelser kan eller kan ikke være direkte forårsaget af selve vaccinen/vaccinationen.

Machine Translated by Google

INTRODUKTION

Ethvert immuniseringsprogram står i sidste ende over for begivenheder, der har potentiale til at udhule tilliden til vacciner og/eller vaccination og de myndigheder, der leverer dem.

Dette kan være en ændring i den rutinemæssige immuniseringsplan, introduktionen af en ny vaccine, et falsk rygte relateret til en vaccine eller enhver uheldig medicinsk hændelse, der følger efter immunisering, og som ikke nødvendigvis har en årsagssammenhæng med brugen af vaccinen. . I denne manual omtaler vi disse samlet som "vaccine-relaterede hændelser".

For immuniseringsprogrammer er det afgørende at være godt forberedt og have en mekanisme på plads til at reagere på vaccinerelaterede hændelser, som til enhver tid kan udvikle sig til krisesituationer.

Dette dokument giver immuniseringsprogrammer og andre interessenter trin-for-trin vejledning om, hvordan man effektivt håndterer kommunikationen reaktion på vaccinerelaterede hændelser, især dem med potentielt stor indflydelse på offentlighedens tillid, som derfor anses for at være en vaccinekrise.

Lande opfordres til at bruge denne manual som inspiration til at skabe deres egne, lande- og kontekstspecifikke vaccinekrisekommunikationsplaner.

Selvom der er tre generelle faser af vaccinekrisestyring, fokuserer denne manual hovedsageligt på kommunikationshandlinger relateret til reaktionsfasen.

Men for at give den bredere kontekst giver den også forslag til vurdering af kommunikationsreaktionen på vaccinerelaterede hændelser, som måske ikke udvikler sig til en krise, og et kort afsnit om kommunikationshandlinger i beredskabs- og post-kriseevalueringsfaserne (fig. 1)).

Manualen trækker på WHO's regionale kontor for Europa Vaccinesikkerhedskommunikationsbibliotek . (2) Igennem manualen henvises der til dokumenter i onlinebiblioteket for yderligere information og vejledning. Når man kommunikerer om og under en såkaldt "vaccinekrise" (se definition i "Ordliste" side iv), er hovedmålet at genopbygge tilliden til vacciner som en af de vigtigste folkesundhedsinterventioner.

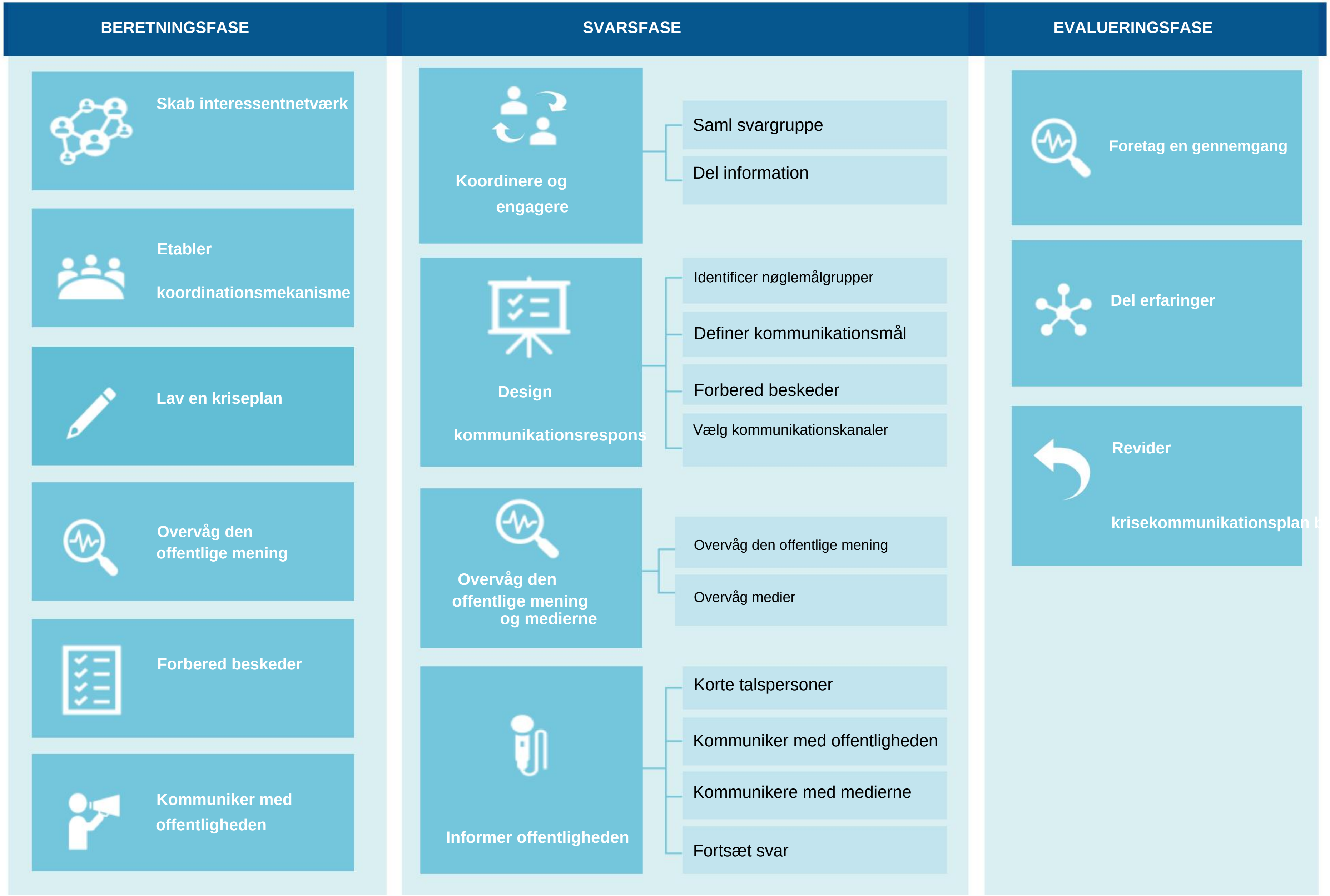
Da krisestyring er en iterativ og hurtigt udviklende proces, kan rækkefølgen af foreslåede handlinger variere i praksis.

Hver krise er forskellig og kræver derfor en skræddersyet, landespecifik respons.

Machine Translated by Google

KOMMUNIKATIONSRELATEREDE HANDLINGER I HVER FASE AF VACCINEKRISEHÅNDTERING

Fig. 1. Kommunikationsrelaterede handlinger i hver fase af vaccinekrisestyring



Kilde: Baseret på Vaccinesikkerhedskommunikationsbiblioteket og etablerede principper for risikokommunikation.

Machine Translated by Google

INTRODUKTION > HVEM ER DENNE VEJLEDNING BESTEMT TIL?

Denne manual tjener som overordnet vejledning til immuniseringsprogrammer og andre interessenter. Nationale myndigheder opfordres til at bruge dette dokument som grundlag for at udvikle en landespecifik vaccinekrisekommunikationsplan og dermed styrke de nationale immuniseringssystemers kapacitet til at reagere på enhver vaccinerelateret hændelse.

Selvom denne manual har til formål at støtte nationale immuniseringsprogrammer, kan den være til gavn for alle interessenter, der er direkte involveret i kommunikation som en del af vaccinekrisestyring, herunder:

- personale i immuniseringsprogrammet;
- sundheds- og undervisningsministerier m.fl relevante ministerier;
- institutter for folkesundhed;
- offentlige sundhedsinstitutioner og foreninger;
- andre, der arbejder inden for immunisering, både kl nationalt og subnationalt niveau;
- andre partnere (f.eks. FN-organisationer, ikke-statslige organisationer (NGO'er), civile samfundsorganisationer).

Interessenter involveret i vaccinekrisestyring kan variere fra land til land og afhænge af konteksten for hver krise. For eksempel kan kriser relateret til human papillomavirus (HPV) vaccination involvere en bredere vifte af interessenter, herunder organisationer, der arbejder inden for kræft og kvinders sundhed.

Machine Translated by Google

INTRODUKTION > KRISESAK PÅ ET blik – CHECKLISTE

HANDLING	KOMMENTAR	STATUS
KOORDINER OG ENGAGER		
SAMLER SVARGRUPPEN	Saml vaccinekrisekoordinationsgruppe dannet i beredskabsfasen og aktivér vaccinekrisekommunikationsplanen.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
DEL INFORMATION	Sørg for at etablere en koordinationsmodalitet og del og udveksle oplysninger regelmæssigt.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Udført
DESIGN KOMMUNIKATIONSRESPONS		
IDENTIFICER NØGLEPUNKTERNE	Foretag en hurtig vurdering for at identificere nøglemålgrupper. Succesfuld kommunikation afhænger af, hvor godt budskaber er skræddersyet til specifikke målgruppers behov.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
DEFINER KOMMUNIKATIONSMÅL	Definer det overordnede kommunikationsmål og relaterede mål. Disse vil guide din kommunikationsreaktion og ledsage dig gennem hele krisen.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Udført
FORBERED MEDDELELSER	Baseret på din målgruppeanalyse, forbered budskaber, som nemt kan tilpasses til krisens udviklende karakter og relaterede behov hos forskellige befolkningsgrupper.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
VÆLG KOMMUNIKATION KANALER	Som et næste skridt skal du vælge passende kommunikationskanaler, hvorigennem du bedst når ud til dine målgrupper.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
OVERVÅG OFFENTLIG MENING OG MEDIER		
OVERVÅG DEN OFFENTLIGE MENING	Forstå offentlighedens bekymringer og behov er afgørende. Brug eksisterende eller implementer nye overvågningsværktøjer til at overvåge den offentlige mening. Dette vil hjælpe dig med bedre at imødekomme deres behov gennem skræddersyet kommunikation.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
OVERVÅG MEDIE	Overvåg, hvad medierne rapporterer om krisen. Gode relationer til vigtige journalister og medier vil hjælpe dig i krisetider.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
INFORMER OFFENTLIGHEDEN		
KORT TALER	Sørg for, at de valgte talspersoner har tillid til de målgrupper, du ønsker at henvende dig til. Ideelt set har den eller de valgte talspersoner fået en vis uddannelse i vaccinekrisekommunikation.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
KOMMUNIKERE MED OFFENTLIG	Kommuniker regelmæssigt med offentligheden. Selv i tider med usikkerhed, sørg for at formidle de seks tillidsskabende mekanismer: professionalisme, objektivitet, empati, oprigtighed, kompetence og konsistens. (3)	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet
KOMMUNIKERE MED MEDIER	Kommunikere regelmæssigt med medierne. At forberede samtalepunkter og cirkulere dem blandt medlemmer af koordinationsgruppen hjælper med at afstemme budskaber og bevare tilliden.	ÿ ÿ ÿ Ikke startet Igangværende Afsluttet

Machine Translated by Google

Hovedmålet med beredskabsfasen er at gennemføre løbende kommunikationsaktiviteter for at bevare og opbygge offentlig tillid til vacciner, vaccination og de myndigheder, der leverer dem. Det er afgørende at være godt forberedt på begivenheder, der kan udhule tilliden til vaccination.

Forberedelsesfasen repræsenterer ikke en ad hoc-begivenhed, men snarere en løbende proces med at opretholde relationer til alle relevante interessenter, holde offentligheden informeret for at opbygge modstandskraft mod misinformation, overvåge den offentlige mening og regelmæssigt opdatere, eller, hvis det endnu ikke er tilgængeligt, etablere en koordinationsmekanisme og nationale vaccinekrisekommunikationsplaner.

Befolkninger, der er velinformerede om vaccination, er mindre tilbøjelige til at blive påvirket af vaccineforskrækkelser, misinformation og rygter. Tabel 1 skitserer nøgleaktioner, som kan overvejes i beredskabsfasen.

Tabel 1. Beredskabsfase – nøgleaktioner

NØGLEHANDLING	HENSTILLING	TILGÆNGELIG VEJLEDNING DOKUMENTER
SKAB STÆRK INTERESSENT NETVÆRK	At identificere nøgleinteressenter og opbygge stærke relationer er afgørende for effektivt at kommunikere om vaccination generelt. Især i en krise vil stærke netværk hjælpe dig med at tilpasse din kriserespons og afbøde negative virkninger på offentlighedens tillid lettere og på en mere koordineret måde. Interessenter kan være stærke fortalere og kan have viden om og adgang til centrale befolkningsgrupper. Husk: Byg stærke relationer, før en krise opstår. En krise er ikke det ideelle tidspunkt at begynde at etablere nye relationer på.	**WHO's regionale kontor for Europa** Interessentstyring *(4)*
ETABLER KOORDINATION MEKANISME	Etabler en koordineringsmekanisme (normalt en vaccinekrisekoordinationsgruppe) inklusive en kommunikationskomponent og lav en vaccinekrisekommunikationsplan. Dette vil give dig mulighed for at opbygge arbejds- og samarbejdsrelationer med dine partnere og kolleger, for at styrke den løbende kommunikation til immunisering og for at sikre et velkoordineret svar baseret på afstemte budskaber. Sørg for at mødes med jævne mellemrum, også når der ikke er krise. Foreslåede medlemmer: repræsentanter for sundhedsministeriet (alle niveauer), folkesundhedsinstituttet, folkesundhedsinstitutioner og -foreninger, undervisningsministeriet, nationale tilsynsmyndigheder, forskningsorganisationer, internationale organisationer, civilsamfundsorganisationer og faglige organisationer og andre relevante interessenter, såsom journalister og kommunikationseksperter.	**WHO's regionale kontor for Europa** Skabelonkommissorium for en vaccinekommunikationsarbejdsgruppe *(5)*
LAVE EN KRISEPLAN	Lav en vaccinekriseplan med fokus på kommunikationsberedskab og respons. Søg input fra medlemmer af den koordineringsmekanisme, der blev oprettet i den foregående fase. Dette vil hjælpe med at danne alliancer og sikre, at alle partnere og nøgleinteressenter er på samme side.	
OVERVÅG DEN OFFENTLIGE MENING	For at overvåge tendenser, identificere en potentiel krise, før den udvikler sig, og udvikle evidens-informeret skræddersyet kommunikationsmateriale og -aktiviteter, er det afgørende at udføre social lytning for bedre at forstå offentlighedens bekymringer, overbevisninger, holdninger og praksis over for vaccination. Dette kan udføres gennem overvågning af sociale medier, undersøgelser og kvalitative/kvantitative forskningsstudier. Hold styr på den offentlige mening og misinformation	**WHO's regionale kontor for Europa** Fire kritiske elementer i det igangværende arbejde med at opbygge og bevare tillid *(6)*

Machine Translated by Google

NØGLEHANDLING	HENSTILLING	TILGÆNGELIG VEJLEDNING DOKUMENTER
FORBERED MEDDELELSER	Når du introducerer en ny vaccine, skal du forberede nogle nøglebudskaber på forhånd (selvom dette muligvis ikke er muligt for uforudsete AEFI'er). Når HPV-vaccinen introduceres, kan der f.eks. udarbejdes nøglebudskaber om vaccinens sikkerhedsprofil, HPV-relaterede vira og sygdomme og almindelige bekymringer (f.eks. om fertilitet og HPV-vaccination). Det anbefales at udføre formativ forskning forud for introduktionen af enhver ny vaccine for at informere sundhedsmyndighederne om eksisterende overbevisninger, bekymringer og misforståelser vedrørende den nye vaccine og den sygdom, vaccinen er designet til at beskytte mod (f.eks. livmoderhalskræft). Baseret på resultaterne og det specifikke behov for information kan skræddersyede nøglebudskaber udarbejdes og formidles til nøglepublikum. Hvis tiden tillader det, bør meddelelser testes på forhånd for at sikre, at det information vil blive modtaget på den måde, det er tiltænkt. Baseret på pre-testen kan budskaber derefter revideres i overensstemmelse hermed for bedre at nå ud til målgrupper. Hovedprincipper for udarbejdelse af beskeder: **VÆR NØJAGTIG.** Citer fakta, beviser og data. **VÆRE ÆRLIG.** Forsøg ikke at skjule fakta. **VÆR ENKEL.** Brug et klart, ikke-teknisk sprog og ingen akronymer. Når du bruger fagsprog, skal du være sikker på, at det matcher målgruppens forståelsesniveau. **UNDERSTREG** værdien af immunisering baseret på en risiko-benefit-analyse.	**WHO's regionale kontor for Europa** Ny vaccineintroduktion – Tjekliste til planlægning af kommunikation og fortalervirksomhed *(7)* En feltvejledning til kvalitativ forskning til introduktion af ny vaccine *(8)*
KOMMUNIKERE MED OFFENTLIG	For at etablere og bevare tilliden til vacciner og de myndigheder, der leverer dem, er det afgørende at indgå i en regelmæssig dialog med befolkningen. Tovejskommunikation på betroede kanaler og platforme (f.eks. sociale medier, tv-interviews, trykte medier) er en vigtig tillidsskabende mekanisme.	**WHO's regionale kontor for Europa** Reaktion på bekymringer om vaccination *(9)* Vejledning om bedste praksis: Sådan reagerer du på vokalvaccinebenægtere i offentligheden *(10).* Lewandowski et al. Covid-19 Vaccine Kommunikationshåndbog **De Forenede Nationers Børnefond (UNICEF)** Interpersonel kommunikation til immunisering. Uddannelse for frontlinjemedarbejdere *(11)* Deling af viden om immunisering Taler om immunisering *(12)* **Centre for Disease Control and Prevention** Værktøjssæt til at nå ud til forældre og patienter *(13)* Taler med forældre om vacciner *(14)* **Det Europæiske Center for Forebyggelse og Kontrol med Sygdomme (ECDC)** Kommunikation om immunisering *(15)*

Machine Translated by Google

Når man forbereder sig på at reagere på en begivenhed, er det afgørende at vurdere situationen omhyggeligt for at finde en balance: kommunikation skal være gennemsigtig, fuldstændig og rettidig, hvis situationen indebærer en potentiel trussel mod folkesundheden, men den bør ikke forstærke en mindre begivenhed eller henlede opmærksomheden på falske påstande, der kan skabe unødvendige bekymringer.

Denne manual foreslår en tre-trins model til at vejlede læserne i at vurdere situationen og definere responsen. Det skal understreges, at enhver situation er forskellig og kræver en skræddersyet reaktion, der er tilpasset situationens kontekst, såvel som målgruppe og landeindstilling.

Vurder typen af vaccinerelateret hændelse

Vaccinerelaterede hændelser, der kan udvikle sig til en krise, kan grupperes i tre kategorier: AEFI, ændring i immuniseringssystemet eller tidsplanen eller negativ offentlig eller mediedebat/publikation (fig. 3).

Fig. 3. Typer af vaccine-relaterede hændelser

BIVIRKNINGER EFTER IMMUNISERING (AEFI), som (med rette eller uretmæssigt) forbindes med vacciner eller vaccination og kan skabe usikkerhed eller mistillid blandt offentligheden

Eksempel: pludselig spædbørnsdødssyndrom (SIDS) efter immunisering

ÆNDRINGER I IMMUNISATIONSSYSTEMET ELLER TIDSPLAN som kan skabe usikkerhed i offentligheden

Eksempler: indførelse af en ny vaccine, massevaccinationskampagner, suspension af en vaccine eller midlertidig tilbagekaldelse af en vaccine

NEGATIV OFFENTLIG OG MEDIEDEBAT/ PUBLIKATION om vaccination, der kan skabe usikkerhed og mistillid i offentligheden

Eksempler: nye kritiske videnskabelige undersøgelser, historier på sociale medier eller kritiske medierapporter

Bemærk: Dette tal repræsenterer ikke en udtømmende liste over begivenheder. Andre hændelser relateret til vaccination og/eller immuniseringsprogrammet kan også have potentiale til at udvikle sig til en krise.

Kilde: Tilpasset fra vejledningsdokumenter, som er en del af Vaccinesikkerhedskommunikationsbiblioteket, især Hvordan man sikrer en kontekstspecifik reaktion på hændelser, der kan udhule tilliden. *(16)*

Nogle begivenheder kan forudses eller er endda planlagte, og andre kan dukke op ad hoc. Mens en ny vaccineintroduktion eller en ændring af immuniseringsplanen repræsenterer planlagte handlinger baseret på en beslutningsproces, kan AEFI'er eller en grundløs beskyldning fra en magtfuld anti-vaccinationsgruppe pludselig få bred opmærksomhed. Sådanne forskellige begivenheder kræver forskellige reaktioner.

Machine Translated by Google

Samle information

Overvej de fem W'er: hvem, hvad, hvornår, hvor og hvorfor, som skitseret i tabel 2.

Tabel 2. Indsamling af information for at forstå hændelsen

FIND SVAR PÅ FØLGENDE SPØRGSMÅL:

Hvad skete der? Hvor alvorligt er det?

Hvem er involveret?

Hvem kan påvirke virkningen? Tænk på aktive og passive influencers.

Hvilken vaccine bliver (med rette eller forkert) knyttet til begivenheden?

Hvad kan være årsagen til hændelsen?

Hvor og hvornår skete det?

Bliv bekendt med DIT LANDS KONTEKST:

Vaccinationsdækningsrater (enhver stigning/fald noteret)

Mulige debatter om vaccinesikkerhed i medier/sociale medier

POTENTIELLE INFORMATIONSKILDER:

AEFI overvågningsrapporteringssystem

Eksperter fra sundhedsministeriet og folkesundhedsinstituttet

Lokale sundhedsarbejdere

Laboratorie-, overvågnings-, overvågnings-, indkøbs- og logistikpersonale (afhængigt af typen af begivenhed)

National tilsynsmyndighed

Andre relevante ministerier (f.eks. undervisningsministeriet)

Vaccinationseksperter og rådgivere

Machine Translated by Google

Vurder mulig påvirkning

Vurder om arrangementet har potentiale til at have **LAV, MIDDEL** eller **HØJ** indvirkning på tilliden.

LAV POTENTIEL PÅVIRKNING

EKSEMPLER: Vaccinen erstattes med kun et let rekonfigureret produkt; begivenheder uden offentlig opmærksomhed eller (social) mediedækning.

KOMMUNIKATIONSRELATEREDE AKTIVITETER: Oprethold effektiv kommunikation for at sikre offentlig tillid til immunisering; engagere sig i rutinemæssig kommunikation; holde godt øje med den offentlige debat.

MIDDEL POTENTIEL PÅVIRKNING

EKSEMPLER: En begivenhed i et andet land (såsom ændring af tidsplan) med en vaccine brugt i dit land; begivenheden får ingen medieopmærksomhed på dette stadium, men medieopmærksomhed kunne forventes; mindre AEFI eller med usandsynlig forbindelse til vaccination med mediedækning begrænset til ét lokalområde; falsk påstand fremsat af en populær influencer på sociale medier, der begynder at cirkulere i landet. Det er vigtigt at nævne, at hændelser med middel påvirkning kan udvikle sig til hændelser med høj påvirkning, hvis situationen ændrer sig, eller indsatsen ikke styres tilstrækkeligt og i tide.

KOMMUNIKATIONSRELATEREDE AKTIVITETER:

Forbered dig på en potentiel offentlig debat om emnet.

Begynd at udvikle budskaber; dele dem med nøgleinteressenter, talspersoner og partnere (f.eks. som kan blive kontaktet af medier eller offentligheden).

Hvor det er relevant, begynd at kommunikere med udvalgte målgrupper, men endnu ikke til et bredere publikum.

Aktiver dit interessentnetværk.

Fortsæt med at overvåge og indsamle oplysninger om begivenheden og den offentlige mening.

HØJ POTENTIEL PÅVIRKNING

EKSEMPLER: Død efter vaccination (afventer undersøgelse); klynge af mindre AEFI'er; begivenheder, der involverer børn, ældre, gravide kvinder eller sårbare grupper; indførelsen af en ny vaccine; tilbagekaldelse af vaccine; vaccine suspension; masse vaccination kampagne; vildledende men kraftfuld historie/publikation som tiltrækker megen negativ (social) mediebevågenhed.

SVAR STRAKS: Følg trinene beskrevet i Fase 2: Kriseberedskab.

Specifikke case-eksempler for hver kategori af begivenheder er skitseret i bilag 1.

Fig. 4 illustrerer forskellige kommunikationsstrategier afhængigt af den indvirkning begivenheden kan have på offentlighedens tillid til immunisering og de myndigheder, der leverer dem. For mere information, se Sådan sikrer du en kontekstspecifik reaktion på begivenheder, der kan udhule tilliden *(16).*

Fig. 4. Kommunikationsstrategier baseret på konsekvensanalyse

LAV PÅVIRKNING	MIDDEL PÅVIRKNING	HØJ PÅVIRKNING
FORTSÆT MED RUTINE MEDDELELSE. VÆR FORBEREDT! => FASE 1: BEREDSKAB	KOMMUNIKERE IKKE MED OFFENTLIGHEDEN ENDNU. => INTENSIFICER BERETNINGSINDSATS OG VÆR KLAR TIL AT FORTSÆTTE TIL KRISEREAKTION.	SVAR STRAKS! => FORTSÆT TIL FASE 2: KRISESAK.

Machine Translated by Google

KRISESAK

Følgende handlinger er beregnet til begivenheder, der er klassificeret som at have en potentielt **stor indvirkning på offentlighedens tillid.** Handlinger, der er skitseret i dette kapitel, kan også overvejes i forbindelse med hændelser **med mellemlang indvirkning ,** som kan udvikle sig til en krise i fuld skala.

Dit svar i de første timer og dage af en vaccinekrise vil hjælpe med at bestemme den videre udvikling og resultatet af krisen. Følg handlingspunkterne i reaktionsfasen (fig. 5) for at klare de første par dage af en egentlig krise.

HUSK! I den indledende responsfase er gennemsigtig intern og ekstern kommunikation allerede nøglen. Selvom informationsindsamling stadig er i gang, viser fuld og præcis kommunikation af det, du allerede ved, gennemsigtighed og opbygger tillid.

Fig. 5. Kriseberedskab – centrale kommunikationshandlinger

KOORDINER OG ENGAGER	FORSTÅ OG VURDER DEN BEGIVENHED	OVERVÅG DEN OFFENTLIGE MENING OG DEN MEDIER	INFORMER DET OFFENTLIG
Saml svargruppe	Samle information	Overvåg den offentlige mening	Forbered beskeder
Del information	Identificer typen af krise	Overvåg medier	Korte talspersoner
	Identificer nøglemålgrupper		Informer offentligheden og medierne
	Definer kommunikationsmål		Fortsæt svar

SØRG FOR at inkludere relevante interessenter i udformningen af en fælles strategi

ENIGE om roller og ansvar

Se følgende dokumenter i onlinebiblioteket:

- Hvordan man sikrer en kontekstspecifik respons
- Vaccinesikkerhedsmeddelelser (frekvens AEFI'er)
- Interessentstyring
- Tips til talspersoner
- Nøgleprincipper for præsentation af data
- Sikkerhedsbegivenheder: den umiddelbare medierespons
- Sætte mediedagsordenen
- Fire øjeblikkelige trin, når du reagerer
- Hvordan man overvåger den offentlige mening
- Hvordan man reagerer på bekymringer
- De spørgsmål journalister altid stiller i en krise
- Strategier brugt af journalister

VACCINESIKKERHED KOMMUNIKATIONSBIBLIOTEK *(2)*

Machine Translated by Google

KRISESAK > KOORDINER OG ENGAGER

Saml vaccinekrisekoordinationsgruppe

I en krise samles vaccinekrisekoordinationsgruppen, der er dannet i beredskabsfasen (se ordliste), og aktiver vaccinekrisekommunikationsplanen.

Det er afgørende at samle alle nøgleinteressenter regelmæssigt og lige fra krisens begyndelse. Overvej, hvilken metode til informationsformidling til gruppen, der kan anvendes inden for et par timer: e-mail, beskedtjenester, telefontræ. Hvis det er muligt, så mød ansigt til ansigt eller online for en hurtig informations- og brainstormingsession.

For yderligere information se følgende dokumenter:

- Interessentstyring *(4)*
- Fire øjeblikkelige trin, når man reagerer på en hændelse, der kan udhule tilliden *(17)*
- Skabelonkommissorium for en vaccinekommunikationsarbejdsgruppe (5)

VACCINESIKKERHED
MEDDELELSE
BIBLIOTEK *(2)*

Del information

Regelmæssig deling af information med kriseberedskabsgruppen og andre vigtige interessenter sikrer, at alle parter arbejder sammen om at nå fælles mål. Ydermere skaber mekanismen med regelmæssig deling af information enten via e-mail, telefon, messenger-tjenestegrupper eller ansigt-til-ansigt eller online møder en tovejskommunikationsstrøm, som giver interessenter mulighed for at opdatere hinanden. På denne måde kan de svare med de samme beskeder til medierne, opdage rygter og ny udvikling hurtigere og sprede beskeder hurtigere blandt forskellige nøglepublikum.

KRISESpons > DESIGNKOMMUNIKATIONSRAPON

Identificer nøglemålgrupper

Ved at vide, hvem nøglepublikummet er, kan budskaber og handlinger skræddersyes til de specifikke behov, bekymringer og frygt hos forskellige befolkningsgrupper eller interessenter (tabel 3).

Ved begyndelsen af en vaccinekrise bør den offentlige mening om vaccination (eller en specifik vaccine) hurtigt vurderes (for mere information se 2.3. Overvåg den offentlige mening og medierne). For at sikre, at dine budskaber når ud til den rigtige målgruppe, kan du gruppere målgrupper i separate kategorier afhængigt af deres indflydelsesniveau og hvor påvirket de kan være af krisen (tabel 3).

Overvej målgruppekarakteristika:

- mest berørt/ikke berørt
- i fare/ikke i fare
- let/svært at nå
- på specifikke sprog, køn eller aldersgrupper
- påvirket af kulturelle eller religiøse normer
- vidende/ikke vidende
- på en bestemt geografisk placering
- influencers/ikke influencers.

Machine Translated by Google

Tabel 3. Eksempel på klassificering af nøglemålgrupper

GRUPPE I: MEST BERØRT AF KRISE	GRUPPE II: AKTIVE INFLUENCERE	GRUPPE III: PASSIVE INFLUENCERE
Populationer, der er hårdest ramt af en krise. Hvem de vigtigste målgrupper er, varierer fra krise til krise. Da hver krise er anderledes og har brug for en kontekstspecifik reaktion, er det vigtigt at foretage en vurdering for at identificere, hvem nøglepublikummet er, og hvad deres kommunikationsbehov er. Eksempel: forældre, hvis barn har lidt af en allergisk reaktion (anafylaksi) over for en vaccinekomponent.	Dem, der direkte påvirker opfattelsen eller adfærden i gruppe I. De hjælper gruppe I med at implementere foreslåede adfærdsændringer. Disse kunne omfatte: • sundhedspersonale (f.eks. lokale praktiserende læger, vaccinationssygeplejersker); • lokale ledere; • religiøse ledere; • opinionsdannere; • lokalsamfund og familiemedlemmer; • lokalsamfundsbaserede organisationer; • forældre og bedsteforældre; • lærere; • journalister, påvirkere på sociale medier; • Vaccinationspersonale på distriktsniveau.	Dem, hvis handlinger indirekte hjælper eller hindrer gruppe I's opfattelser eller adfærd. Deres reaktioner er indlejret i de bredere sociale, kulturelle og politiske faktorer og kan bruges til at skabe et miljø, der gør det muligt at opretholde den ønskede adfærdsændring. Disse kunne omfatte: • akademikere; • influencers, såsom populære sundhedsarbejdere; • politikere; • politiske beslutningstagere; • partnere; • FN og andre internationale organisationer; • NGO'er; • sociale mobiliseringshold; • civilsamfundsorganisationer; • bloggere; • dem, der modsætter sig sundhedsmyndighedernes synspunkter.

Machine Translated by Google

Definer kommunikationsmål og handlinger

Baseret på din viden om begivenheden og nøglepublikummet, definere kommunikationsmål og bestemme handlinger, der skal tages (tabel 4). Målene skal repræsentere den ønskede adfærd, du gerne vil opretholde eller opnå, og de handlinger, der er fast besluttet på at blive taget, bør arbejde hen imod at skabe denne ændring.

Tabel 4. Eksempel på kommunikationsmål og handlinger

MÅL	HANDLINGER
Hovedformålet bør være at opretholde eller genskabe tilliden hos den brede offentlighed til immunisering som en livreddende sundhedsintervention. Yderligere mål bør være at motivere offentligheden og/ eller opnå gensidig forståelse om spørgsmål, der vedrører vaccination og immuniseringsprogrammet.	Handlinger skal være fokuseret på publikum. Definer 2-6 handlinger, der vil understøtte opnåelsen af dine mål. Handlingerne bør skræddersyes til typen af krise og involvere spredning af evidensbaseret information om fakta omkring krisen.

EKSEMPEL

Et spædbarn er død af pludselig spædbørnsdødssyndrom (SIDS) inden for 24 timer efter at være blevet vaccineret på et lokalt sundhedscenter. Foreløbige beviser indikerer ingen årsagssammenhæng mellem dødsfaldet og vaccinen.

MÅL: at bevare (eller genoprette) offentlighedens tillid til den administrerede vaccine og til det nationale immuniseringsprogram, herunder til sundhedsarbejdere.

BESTEM HANDLINGER, DER SKAL UDFØRES: mulige handlinger, der skal træffes i dette eksempel, kan omfatte følgende:

kommunikere om hændelsen og så hurtigt som muligt om resultatet af den foreløbige undersøgelse om kausalitetsvurdering;

etablere en 24-timers hotline til at besvare spørgsmål om vaccinesikkerhed og immunisering.

engagere samfundsledere;

engagere sig i lokale medier;

give oplysninger om den overordnede immuniseringsrisiko-fordele-skala og den særlige vaccine på lokale sundhedsposter og i forsamlingshuse.

Machine Translated by Google

Forbered beskeder

Forbered nu beskeder til at adressere den specifikke hændelse (tabel 5). Udarbejdelse af beskeder tjener det formål at kunne reagere mere effektivt og hurtigere. Det er afgørende at dele disse med dit netværk og nøgleinteressenter for at sikre, at budskaber er tilpasset for at undgå blandet beskeder, så offentligheden er forsikret om, at myndighederne styrer situationen og kommunikerer på en gennemsigtig måde. Se tabel 6 for et konkret eksempel på, hvordan man kan skræddersy budskaber til forskellige målgrupper.

Overvej følgende tips:

- Vide, hvilke beskeder du gerne vil sende til målgrupper; og hvad du sigter mod at opnå med budskaberne.
- Sørg for at forhåndsteste meddelelser og revidere i overensstemmelse hermed for bedre at nå ud til målgrupper.
- Hvis en skade eller dødsfald er involveret, skal du sørge for oprigtigt at kommunikere din empati til de berørte familier.
- Medtag, hvis det er relevant og baseret på den tilgængelige dokumentation, de risici og fordele, der er forbundet med vaccination og sygdomme, der kan forebygges med vacciner, kernebudskab om, at vaccinen er sikker og effektiv og fortsat bør gives for at beskytte mennesker mod en given infektionssygdom.
- Beskeder skal være korte, koncise og bevise baseret.
- Lav en række budskaber til hver målgruppe og understøt dine argumenter med fakta/beviser (se velrenommerede kilder).

Tabel 5. Mulige meddelelser relateret til forskellige potentielt stor indvirkningsbegivenheder

NÅR DU HAR INGEN ELLER MEGET BEGRÆNSET INFORMATION

Vores dybeste medfølelse går til de berørte.

Vi forpligter alle tilgængelige ressourcer til efterforskningen af denne uheldige hændelse og gør vores yderste for at finde årsagen så hurtigt som muligt.

Vi holder dig orienteret og giver løbende information via vores hjemmeside www.xxxxx.zz og daglige pressebriefinger i Sundhedsministeriet.

NÅR VED MERE OM ARRANGEMENTET

Vores dybeste medfølelse går til de berørte.

Vaccination redder liv og forhindrer lidelse. Risikoen for alvorlige bivirkninger er ekstremt lille. Nogle milde og hyppigere bivirkninger, der kan opstå, omfatter let udslæt og feber. Fordelene ved vaccination opvejer langt den minimale risiko for en alvorlig bivirkning efter immunisering.

For eksempel: 1 ud af 1 000 000 vaccinerede individer kan lide af en alvorlig allergisk reaktion (anafylaksi).

Vaccinen er prækvalificeret, hvilket betyder, at den er godkendt af WHO. Før prækvalifikationen blev den grundigt testet gennem kliniske og feltprocedurer. Efter prækvalifikation inspicerer WHO regelmæssigt produktionsfaciliteterne for at sikre overholdelse af god fremstillingspraksis.

Videnskabelig dokumentation viser, at kombinerede vacciner sparer tid og penge gennem færre klinikbesøg, reducerer ubehag for barnet gennem færre injektioner og øger sandsynligheden for, at barnet får det komplette sæt af vaccinationer i henhold til det nationale skema.

På trods af høj immuniseringsdækning for [indsæt navn på vaccineforebyggelig sygdom], går nogle børn stadig glip af vaccination og er derfor fortsat i risikozonen.

Vores land har taget alle nødvendige skridt for at undgå et fremtidigt udbrud af [indsæt navn på vaccineforebyggelig sygdom] ved at indlede en [indsæt navn på vaccineforebyggelig sygdom] vaccinationsindhentningskampagne.

Machine Translated by Google

Tabel 6. Eksempel på at skræddersy budskaber til forskellige målgrupper

SCENARIO: EN PIGE MED EN ALVORLIG UNDERLIGGENDE TILSTAND ER DØD EFTER HPV-VACCINATION Udtrykke medfølelse; understreger, at en undersøgelse er i gang; foreløbige resultater tyder på, at der ikke er nogen årsagssammenhæng mellem dødsfaldet og vaccinen.	
MÅL PUBLIKUM: GENERELT Flere undersøgelser har bevist sikkerheden og effektiviteten af HPV-vaccinen til at beskytte unge piger og kvinder mod en række HPV-relaterede kræftformer, herunder livmoderhalskræft, som tegner sig for mere end 30.000 dødsfald i WHO's europæiske region hvert år. En fortsat vaccinationsindsats er derfor afgørende.	
MÅL PUBLIKUM: SUNDHEDSARBEJDERE Flere undersøgelser, inklusive fase III randomiserede forsøg, har bevist HPV-vaccinens sikkerhed og effektivitet til at forhindre højrisiko HPV-infektioner og efterfølgende carcinogenese. Disse undersøgelser har ikke vist nogen sammenhæng mellem udviklingen af denne underliggende tilstand og HPV-vaccinen.	
MÅL PUBLIKUM: FORÆLDRE OG PÅLEGERE Flere undersøgelser har vist, at HPV-vaccinen er sikker og effektiv, og den er med succes blevet introduceret i mere end 100 lande verden over. HPV-vaccinen kombineret med regelmæssige screeninger er det bedste, sikreste og mest effektive værktøj, vi har til at beskytte dine døtre mod HPV-relaterede kræftformer.	
MÅL PUBLIKUM: MENNESKER, DER BOR I DET BERØRTE FÆLLESSKAB Det er vigtigt at fortsætte med at vaccinere mod HPV, da dette er det mest effektive og sikreste værktøj, vi har til at forebygge HPV-relaterede kræftformer, herunder livmoderhalskræft, som dræber mere end 30.000 kvinder i den europæiske region hvert år og kan efterlade en kvinde uden muligheden for at få børn og få sin egen familie.	

Se følgende dokument for flere meddelelseseksempler: Sådan forberedes et meddelelseskort *(18)*

Machine Translated by Google

Vælg kommunikationskanaler

Når du vælger passende kommunikationskanaler til at kommunikere dine budskaber (tabel 7), skal du tænke over, hvilke kanaler der bedst kan bruges til at nå ud til dine nøglepublikum og derved nå dit mål. Bestem, hvordan centrale målgrupper modtager sundhedsoplysninger, og hvem de er afhængige af for sundhedsråd og -vejledning.

Tabel 7. Kommunikationsværktøjer og -kanaler

VÆRKTØJ	KANALER
• Nyhedsmeddelelser, pressekonferencer • Medieinterviews, kommentarer og meningsindlæg • Offentlige meddelelser • Brochurer, bannere, plakater • Radio- og tv-optrædener • Informative websider • Podcasts, blogs, vlogs, videoer • Live Q&A • Chatbots, telefonapps • Træningskurser, webinarer, foredrag • Hotline	• Traditionelle medier (aviser, tv, radio, online nyheder) • Sociale medier • Fællesskabsnetværk og møder • Netværk (forældre, sundhedspersonale osv.) • Partnere (WHO, UNICEF, NGO'er, lokale organisationer osv.) • Bloggere og influentere på sociale medier • Interpersonel (sundhedsarbejdere, lærere, religiøse ledere, andre) • Ansigt til ansigt møder med de berørte målgrupper (f.eks. forældre, sundhedspleje arbejdere)

For yderligere information se følgende dokumenter: • Fire kritiske elementer i det igangværende arbejde med at opbygge og bevare tillid *(19)*

- Hvordan man udarbejder et meddelelseskort *(18)*
- Sådan udarbejder du en pressemeddelelse *(20)*
- Sætte mediedagsordenen *(21)*
- Sikkerhedsbegivenheder: planlægning af den umiddelbare medierespons *(22)*
- Effektiv kommunikation af immuniseringsdata *(23)*

Machine Translated by Google

Overvåg den offentlige mening og medierne

Overvågning af den offentlige mening om vacciner, vaccination, sundhedsmyndigheder og andre relevante emner før og under en krise kan hjælpe dig med at reagere mere effektivt. Overvågningsmekanismer, herunder social lytning, bør være løbende og udvides efter behov, når en krise rammer. Dette vil give dig mulighed for bedre at forstå, hvad befolkningens tanker, overbevisninger og bekymringer er, og hvordan de ændrer sig i løbet af krisen. Et par strategier til at overvåge den offentlige mening er præsenteret i tabel 8.

Overvågning af den offentlige mening vil gøre dig i stand til at:

- forstå publikum bedre;
- forstå, hvilken budskabsramme, der resonerer med målgrupper;
- reagere effektivt og tilstrækkeligt på rygter og misforståelser;
- løbende opdatere og justere kommunikationsstrategien for at opbygge modstandsdygtighed mod vaccinesikkerhedsforskrækkelser;
- nå kommunikationsmål.

Udover informationsindsamling gennem personlige og professionelle netværk og traditionelle medier, abonner på tjenester, der tilbyder overvågning af sociale medier med daglige rapporter om nøgleemner og trends. Tjek jævnligt de mest relevante websider og sociale medier for at holde styr på debatten om vacciner og immunisering. Dette giver dig mulighed for at planlægge, opdatere og justere din kommunikationsstrategi i overensstemmelse hermed.

Tabel 8. Strategier til at overvåge den offentlige mening

UDFØR SOCIALE MEDIEOVERVÅGNING	Der er mange tjenester og programmer tilgængelige til at identificere, indsamle og analysere relevante sociale medier samtaler og tendenser i den offentlige mening.
TRADITIONELLE MEDIER	Følg rapportering og offentlige kommentarer på nationale og internationale nyhedstjenester.
UDFØR HURTIG ANALYSE	Opnå en forståelse af vidensniveauer og holdninger til vaccination, serviceydelser og sundhedsmyndigheder gennem kvalitativ eller kvantitativ forskning (f.eks. med henholdsvis fokusgrupper eller online-undersøgelser).
SAMLE OPLYSNINGER FRA EN OFFENTLIGHED INFORMATIONSHOTLINE ELLER CHATBOT	Etabler en telefon- eller chatinformationshotline for spørgsmål fra offentligheden. Registrer og analyser spørgsmål. Sørg for, at du afsætter tilstrækkelige menneskelige og budgetmæssige ressourcer til at etablere og vedligeholde en sådan hotline. Uddannet personale bør betjene hotline for at sikre, at evidensbaseret information spredes. Desuden bør personalet trænes i at reagere på mennesker med bekymringer og frygt for immunisering.
SAMLE INFORMATION FRA FRONTLINE SUNDHEDSARBEJDERE	Bed sundhedspersonale om at rapportere tilbage til dig om spørgsmål stillet af forældre, plejere, patienter og offentligheden; især hvis der bliver stillet nye spørgsmål og nye misforståelser ser ud til at tage fat.
BRUG DIT NETVÆRK	Spørg din gruppe af interessenter, kolleger, partnerorganisationer, faglige foreninger, venner, familier og pårørende om deres meninger og opfattelser. Bed dem om at informere dig, hvis de hører om rygter i omløb.

Machine Translated by Google

Korte talspersoner

Ideelt set bør talspersoner uddannes i krise- og mediehåndtering i beredskabsfasen. Talspersoner bør informeres godt og overveje følgende hvornår. Som forberedelse til et interview:

- Find ud af, hvilke konkrete spørgsmål relateret til krisen, der skal diskuteres.
- Forstå mediedagsordenen/vinklen.
- Afklar, hvad intervieweren og interviewet håber at opnå.
- Forbered nøglebudskaber i overensstemmelse hermed.
- Dobbelttjek fakta.
- Overvej, om de er de rigtige personer til at besvare de forventede spørgsmål.
- Afklar, hvem der skal gennemføre samtalen, hvor lang tid det vil vare, og om det er live eller forudindspillet.
- Find ud af, hvem der ellers vil blive interviewet, og undersøg deres sandsynlige dagsorden/vinkel. Overvej at afslå at deltage, hvis en 'paneldiskussion' vil vise falsk balance (f.eks. giv lige tid til evidens og ikke-evidensbaserede meninger).
- Simuler mulige scenarier – og vær forberedt på at håndtere usikkerhed.
- Træn, øv og forberede dig i detaljer.

Kommuniker med offentligheden

Det er vigtigt at vælge en passende reaktion på en krise eller en vaccinerelateret begivenhed for at bevare offentlighedens tillid til vaccination. Når du vælger et passende svar, bør du analysere situationen (type begivenhed, målgruppe osv.) for at reagere på en afbalanceret måde (se 1.2 At vide, hvornår du skal kommunikere).

Når du kommunikerer med offentligheden, skal du overveje følgende:

- Hvis tiden tillader det, test meddelelser på en lille, repræsentativ gruppe for at identificere dem som er mest forståelige og effektive.
- Prøv at være den første til at kommunikere nyheder – uanset om de er gode eller dårlige. Dette giver dig mulighed for at påvirke, hvordan begivenheden præsenteres, før en anden formgiver fortællingen. Vær forsigtig og analyser situationen omhyggeligt, da du ikke ønsker at skabe unødvendig bekymring.
- Opdater regelmæssigt offentligheden om fremskridt; bruge forskellige kanaler til kommunikere opdateringer (hjemmesider, medier, sociale medier, hotlines, møder med pressen).
- Forstå offentlighedens holdninger og anerkend deres bekymringer og frygt (respekter også adfærd relateret til overbevisninger, kultur og risikoopfattelse). Forbered beskeder for at forsøge at bygge bro over informationskløften mellem eksperterne og offentligheden.
- Vær meget synlig og proaktiv, hvis situationen kræver det.
- Prøv at sikre, at alle interessenter taler med én stemme.
- Undgå at angribe troværdigheden hos dem med høj opfattet troværdighed, selvom du ikke er enig med dem.
- Søge, engagere og gøre omfattende brug af support fra troværdige tredjeparter (influencers, den akademiske verden, tekniske eksperter og andre).
- Når du kommunikerer med offentligheden, så prøv at gøre dine handlinger synlige. Til for eksempel, hvis en fremtrædende repræsentant fra sundhedsministeriet besøger skolen, hvor en AEFI fandt sted, for at tale med forældre og lærere og lytte til deres bekymringer, skal du sørge for, at dette kommunikeres på en håndgribelig og synlig måde, hvis det er relevant.

Machine Translated by Google

Kommunikere med medierne

I nogle situationer bliver du nødt til at svare på anmodninger fra medierne; i andre vil du gerne være proaktiv og fange eller øge mediernes opmærksomhed.

Dette kan være nødvendigt, hvis du ønsker at forme fortællingen og præsentere målgruppen for fakta, før en anden præsenterer en misinformeret historie om begivenheden.

Når du engagerer dig i medierne, skal du huske at involvere og informere alle i vaccinekrisekoordinationsgruppen og også dele information med den større interessentgruppe. Dette forhindrer blandede meddelelser. Fortæl dem om situationen, del forberedte beskeder og vær gennemsigtig omkring de næste skridt. Når du engagerer dig i medierne, skal du sørge for at være godt forberedt. Sørg for, at talspersoner er uddannet og har:

- en klar forståelse af alle relevante fakta (både vedrørende begivenheden og din landets immuniseringsrelaterede kontekst);
- udarbejdet nøglebudskaber og svar på alle mulige vanskelige spørgsmål, der måtte være spurgt;
- et godt forhold til medierne (ved, hvem der vil følge de aftalte betingelser, og hvem der udviser retfærdige og afbalancerede synspunkter, og også hvilke medier, der følges og har tillid til dine nøglepublikum);
- en klar forståelse af, hvilke kanaler der fungerer bedst for din målgruppe (hotlines, sociale medier, radio, tv, andet);
- et godt forhold til nøgleinteressenter, herunder samfundsledere.

Fortsæt svar

Under hele vaccinekrisen skal du sikre en høj grad af lydhørhed og tilpasse aktiviteterne til situationen.

Offentlige bekymringer og frygt kan udvikle sig, og nye temaer dukker op. Disse skal identificeres og kan kræve et svar. Når først de er oprettet, kan rygter cirkulere hurtigt blandt mennesker, der er usikre, mangler evidensbaseret information eller følger en bestemt dagsorden.

Brug denne tjekliste til at fortsætte dit svar.

Forsæt med:

- koordinere med og informere alle medlemmer af vaccinekrisekoordinationsgruppen
- overvåge den offentlige mening, herunder medieovervågning for at identificere tendenser og nye udviklinger
- engagere aktive og passive influencers
- opdatere talspersoner •

regelmæssigt opdatere og interagere med medierne

- opdatere og mødes med interessenter regelmæssigt
- regelmæssigt opdatere nøglebudskaber og spørgsmål og svar (Q&A) ark • informere

offentligheden

- lytte til offentlighedens bekymringer og frygt og reagere effektivt.

For yderligere information se følgende dokumenter:

- Tips til talspersoner (24)
- De spørgsmål, journalister altid stiller i en krise (25)
- Strategier brugt af journalister (26)

Machine Translated by Google

EVALUERING – ET KORT OVERBLIK

I evalueringsfasen bør kommunikationsreaktionen på vaccinekrisehændelsen gennemgås for at identificere erfaringerne. Undersøg, om det identificerede mål og de identificerede mål blev nået, og hvilke handlinger der kunne tages for at opnå bedre resultater i fremtiden (selvom det måske ikke altid er let at vurdere, om målet om at bevare tilliden er nået).

Der skal lægges særlig vægt på:

- koordinering inden for vaccinekrisekoordinationsgruppen og andre nøgleinteressenter
- processer relateret til gennemsigtighed og kommunikation med offentligheden
- forståelse af offentlighedens og nøglepublikums perspektiver
- valg af budskaber og kommunikationskanaler og deres effektivitet.

Selvom vaccinekrisen måske er forbi, er forberedelsesfasen til en ny potentiel krise allerede startet. Det betyder, at alle relevante interessenter skal være opmærksomme på deres roller og blive ved med at overvåge offentlighedens opfattelse af vaccination.

På dette stadium bør de nøgleaktioner, der er skitseret i tabel 9, overvejes.

Tabel 9. Post-krisevurdering – centrale kommunikationshandlinger

NØGLEHANDLING	HENSTILLING
UDFØR EN GENNEMGANG EFTER KRISE	Enhver krise repræsenterer en mulighed for at skabe stærkere og mere modstandsdygtige programmer for at styre vaccinerelaterede begivenheder bedre i fremtiden. Til dette formål er det vigtigt at foretage en post-krisegennemgang af kommunikationsreaktionen på en krise. For eksempler på evaluerings-/gennemgangsspørgsmål, se bilag 2.
IDENTIFICER LÆRET DET	Gennemgangen efter krisen tjener det formål at identificere indhøstede erfaringer samt styrker og svagheder i programmets kommunikationsaktiviteter. Baseret på denne analyse kan der foretages ændringer for at forbedre fremtidige reaktioner på potentielle vaccinekriser.
DEL RESULTATER MED NØGLE INTERESSENTER OG PARTNERE	Forbered en rapport med erfaringer og del dem med vaccinekrisekoordinationsgruppen og andre nøgleinteressenter. Påpeg i denne rapport, hvad der fungerede godt, og hvad der kunne forbedres i fremtiden (f.eks. var blandet budskab et problem, eller var alle interessenter og kommunikationskanaler afstemt?). Sørg for, at denne rapport formidles i et skriftligt format, så den kan informere fremtidige kriseresponser eller, hvor den er tilgængelig, revidere den nationale krisekommunikationsplan/-strategi i overensstemmelse hermed (f.eks. hvis blandet meddelelse var et problem, sørg for at inkludere et afsnit om hvordan budskaber bedre kan tilpasses og formidles blandt interessenter for at sikre, at alle officielle kommunikationskanaler taler med én stemme).

Machine Translated by Google

BIBLIOGRAFI

(1) Definitionen af dette udtryk er beskrevet i Definition og anvendelse af termer for lægemiddelovervågning af vacciner. Rapport fra CIOMS/WHO Working Group on Vaccine Pharmacovigilance. Genève: Verdenssundhedsorganisationen; 2012 (https://www.who.int/vaccine_safety/initiative/tools/CIOMS_report_WG_vaccine.pdf, tilgået 3. marts 2021).

(2) Vaccinesikkerhedskommunikationsbibliotek [hjemmeside]. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2021 (http://www.euro.who.int/vaccinesikkerhedskommunikation, tilgået 3. marts 2021).

(3) Vaccination og tillid. Hvordan bekymringer opstår og kommunikationens rolle i at afbøde kriser. Genève: Verdenssundhedsorganisationen; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/343299, tilgået 14. januar 2022).

(4) Interessentstyring. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/337495/02_WHO_VaccineSafety_SupportDoc_StakeholderManagement_Proof8-3.pdf, tilgået 3. marts 2021).

(5) Skabelon for kommissorium for en vaccinekommunikationsarbejdsgruppe. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/346185, tilgået 14. januar 2022).

(6) Fire kritiske elementer i det igangværende arbejde med at opbygge og bevare tillid. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345958, tilgået 14. januar 2022).

(7) Ny vaccine introduktion – Tjekliste til planlægning af kommunikation og fortalervirksomhed. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/346171, tilgået 14. januar 2022).

(8) En feltvejledning til kvalitativ forskning til introduktion af ny vaccine. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2018 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345953, tilgået 3. marts 2021).

(9) Reaktion på bekymringer om vaccination. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2015 (https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0007/276811/Advocacy-library-Responding_to_concerns_about_vaccination.pdf?ua=1, tilgået 3. marts 2021).

(10) Vejledning om bedste praksis: Hvordan man reagerer på vokalvaccinebenægtere i offentligheden. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/343301, tilgået 14. januar 2022).

(11) Interpersonel kommunikation til immunisering. Træning til frontlinjen arbejdere. Genève: De Forenede Nationers Børnefond (UNICEF); 2019 (https://www.unicef.org/eca/reports/interpersonal-communication-immunization-participant-manual, tilgået 3. marts 2021).

(12) Taler om immunisering [hjemmeside]. At dele viden om Immunisering (SKAI); 2020 (https://www.talkingaboutimmunisation.org.au/, tilgået 3. marts 2021).

(13) Værktøjssæt til at nå ud til forældre og patienter. I: Centers for Disease Control and Prevention [hjemmeside] (https://www.cdc.gov/vaccines/events/niam/forældre/communication-toolkit.html, tilgået 3. marts 2021).

(14) Taler med forældre om vacciner. I: Centers for Disease Control og Forebyggelse [hjemmeside] (https://www.cdc.gov/vaccines/hcp/conversations/conv-materials.html, tilgået 3. marts 2021).

(15) Meddelelse om immunisering. I: European Center for Disease Prevention and Control [hjemmeside] (https://www.ecdc.europa.eu/en/immuniseringsvacciner/kommunikation-om-immunisering, tilgået 3. marts 2021).

(16) Hvordan man sikrer en kontekstspecifik reaktion på hændelser, der kan erodere tillid. WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345965, tilgået 14. januar 2022).

(17) Fire øjeblikkelige trin, når man reagerer på en begivenhed, der kan udhule tilliden. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345955, tilgået 14. januar 2022).

(18) Sådan udarbejdes et meddelelseskort. København: WHO Regionskontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/346009, tilgået 14. januar 2022).

Machine Translated by Google

BIBLIOGRAFI

(19) Fire kritiske elementer i det igangværende arbejde med at opbygge og bevare tillid. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345958, tilgået 14. januar 2022).

(20) Sådan udarbejdes en pressemeddelelse. København: WHO Regionskontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/350628, tilgået 14. januar 2022).

(21) Fastsættelse af mediedagsordenen. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/350631, tilgået 14. januar 2022).

(22) Sikkerhedsbegivenheder: planlægning af den umiddelbare mederespons. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345997, tilgået 14. januar 2022).

(23) Effektiv kommunikation af immuniseringsdata. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2019 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/346816, tilgået 14. januar 2022).

(24) Tips til talspersoner. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/346181, tilgået 14. januar 2022).

(25) De spørgsmål, journalister altid stiller i en krise. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345995, tilgået 14. januar 2022).

(26) Strategier anvendt af journalister. København: WHO's regionale kontor for Europa; 2017 (https://apps.who.int/iris/handle/10665/345934, tilgået 14. januar 2022).

(27) Gidudu JF, Shaum A, Habersaat K, Wilhelm E, Woodring J, Mast E. En tilgang til at forberede og reagere på uønskede hændelser efter immunisering rapporteret efter hepatitis B-vaccine-fødselsdosis. Vaccine. 2019;38(49):7728–40 (https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264410X19309326?via%3Dihub, tilgået 4. marts 2021).

(28) Global manual om overvågning af uønskede hændelser efter vaccination. Genève: Verdenssundhedsorganisationen; 2014 (revideret 2016) (https://www.who.int/vaccine_safety/publications/Global_Manual_revised_12102015.pdf?ua=1, tilgået 4. marts 2021).

(29) Immunisering i praksis. En praktisk vejledning til sundhedspersonale. Genève: Verdenssundhedsorganisationen; 2015 (https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/193412/9789241549097_eng.pdf?sequence=1, tilgået 4. marts 2021).

(30) Grundlæggende om vaccinesikkerhed [e-læringskursus]. Genève: Verdenssundhed Organisation; 2021 (https://vaccine-safety-training.org/, tilgået 4. marts 2021).

Machine Translated by Google

BILAG 1. BEDSTE PRAKSIS CASESTUDIER AF VACCINEKRISER MED MELLEM OG HØJ PÅVIRKNING

CASE EKSEMPEL I: MEDIUM PÅVIRKNING

I land A blev det annonceret, at den største nationale tv-kanal ville udsende et særligt indslag om en ny anti-vaccinationsdokumentar med en af landets vigtigste bloggere og influencers på sociale medier. Bekymrende nok ville funktionen gengive tre myter relateret til vaccination, herunder den falske information om, at mæslingevaccinen forårsager autisme, og at naturlig immunitet er tilstrækkelig til at beskytte mod infektionssygdomme. Landets sundhedsmyndigheder blev straks alarmeret, da de ikke kunne forudsige, om indslaget ville blive yderligere opfanget af andre medieplatforme, herunder andre tv-kanaler, radio og sociale medier, og i hvilket omfang dette ville påvirke offentlighedens tillid til vacciner.

Til dette formål blev følgende foranstaltninger iværksat for at intensivere beredskabsindsatsen:

- Indslaget blev optaget og arkiveret som dokumentationsmateriale for fremtiden.
- Alle informationsark og spørgsmål og svar, der tackler de tre myter, blev opdateret og promoveret for yderligere at styrke offentlighedens modstandskraft mod vaccinesikkerhed skræmmer.
- Personale involveret i krisestyring så anti-vaccinationsdokumentaren.
- Der blev udviklet meddelelser til at angive myndighedernes syn på dokumentaren, der skal bruges reaktivt, hvis det er nødvendigt.
- Sociale medier og traditionelle mediekanaler blev overvåget med hensyn til offentlighedens reaktion på dokumentaren og det nationale indslag.
- Et interessentnetværk, herunder medierne, blev straks aktiveret, og nøglebudskaber blev delt.

WHO's regionale kontor for Europa blev straks underrettet; yderligere kommunikationsmateriale blev sendt.

I sidste ende blev funktionen ikke opfanget af et bredere publikum, og der var ikke behov for yderligere handling. Ikke desto mindre blev beredskabsindsatsen brugt til at styrke den rutinemæssige kommunikation og håndtere en situation, der let kunne have udviklet sig til en begivenhed med stor effekt.

Machine Translated by Google

BILAG 1. BEDSTE PRAKSIS CASESTUDIER AF VACCINEKRISER MED MELLEM OG HØJ PÅVIRKNING

CASE EKSEMPEL II: HØJ PÅVIRKNING

Efter den vellykkede introduktion af HPV-vaccinen i land B, vækkede den stigende spredning af misinformation om vaccinens sikkerhed og udsendelsen af en kritisk dokumentar bekymringer blandt befolkningen. Vaccinedækningen faldt dramatisk over en periode på to år, fra mere end 90 % af den årlige kohorte til mindre end 50 %. Som modsvar blev der dannet et partnerskab mellem landets sundhedsmyndigheder, kræftforeningen og lægeforeningen.

Følgende foranstaltninger blev truffet for at bremse krisen, øge tilliden til vaccination og i sidste ende øge immuniseringsdækningen for at beskytte flere piger mod livmoderhalskræft.

- To nøglebudskaber blev valgt til at vejlede kommunikationsmålene: "Der er en sikker og effektiv vaccine til at forebygge livmoderhalskræft" og "Hver dag en kvinde får diagnosticeret med livmoderhalskræft i land B.
- Forud for valg af kommunikationskanal er der gennemført fokusgruppeinterviews og undersøgelser for at finde ud af, hvor forældre søger information om vaccination (resultat: Facebook), og hvem de vigtigste beslutningstagere med hensyn til HPV-vaccination var (resultat: mødre). Som et resultat blev der lanceret en strategi for information og samfundsengagement for at målrette mod mødre på Facebook.
- Der blev oprettet en dedikeret Facebook-side og et websted til at dele evidensbaseret information og reagere på bekymringer.
- Strenge retningslinjer for branding blev implementeret for at fremhæve tilpassede budskaber og vise, at alle interessenter var på samme side og kommunikerede med synlighed, gennemsigtighed og faglighed.s
- Der blev inkluderet personlige historier om kvinder med livmoderhalskræft.
- Facebook-siden blev overvåget 24/7.

En såkaldt "pull communication"-strategi blev brugt, når de besvarede kommentarer: andre medlemmer blev opfordret til at svare først; hvor det var nødvendigt, reagerede myndighederne på kommentarer for at give yderligere oplysninger og styrke evidensbaseret viden.

Denne omfattende, proaktive kommunikationsstrategi hjalp land B med at dæmme op for krisen og stort set genetablere tilliden til HPV-vaccinen.
Inden for 3 år steg dækningen med HPV-vaccinen i land B fra kun 28 % i en specifik fødselskohorte til 81 % i denne årgang. Dækningen steg også i andre fødselsårgange. Derudover reagerede 70 % af Facebook-brugerne positivt på HPV-vaccination efter kampagnen, som svar på en undersøgelse, sammenlignet med kun 46 % før kampagnen. Mens 15 % var imod før kampagnen, faldt dette tal til kun 7 % efter kampagnen.

Machine Translated by Google

BILAG 2. EKSEMPEL PÅ EVALUERINGSPØRGSMÅL

Er det lykkedes dig og din vaccinekrisekoordinationsgruppe at bremse krisen? Har du bevaret eller genetableret offentlighedens tillid?

Overvej spørgsmålene i tabel A2.1 i din evalueringsfase.

Tabel A2.1. Liste over prøvespørgsmål– evalueringsfase

SAMLET FEEDBACK OG EVALUERING
• Hvor vellykket blev denne krise håndteret? • Var den overordnede reaktion på krisen effektiv? Blev det gennemført rettidigt og hurtigt? • Nåede du dit overordnede kommunikationsmål? • Hvilke mangler blev identificeret? Hvad kunne have været gjort bedre og hvordan i tilfælde af en ny vaccinekrise? • Blev der taget tilstrækkeligt hensyn til sårbare, udsatte og marginaliserede befolkningsgrupper? • Var der afsat et budget til vaccinekrisestyring, herunder yderligere menneskelige ressourcer efter behov? Hvis ja, var disse ressourcer tilstrækkelige?
IMMUNISATION KOMMUNIKATION ARBEJDSGRUPPE OG LEDELSE AF INTERESSENTER
• Blev kriseberedskabsgruppen eller en anden reaktionsmekanisme etableret og aktiveret i tide? • Var alle nøgleinteressenter involveret? • Blev alle nøgleinteressenter velinformeret på alle stadier af processen? • Var alle nøgleinteressenter lydhøre, og handlede de i overensstemmelse med deres ansvar og roller? • Har du bemærket nogen interessekonflikter blandt de involverede interessenter? • Hvordan kan personalet være bedre forberedt på en fremtidig krise (f.eks. målrettede træningssessioner)?
RELATIONER TIL OFFENTLIGHEDEN
• Blev offentligheden informeret rettidigt og gennemsigtigt? • Blev der taget hensyn til offentlighedens bekymringer og frygt på en passende måde? • Blev offentlighedens bekymringer og frygt overvåget gennem alle faser af processen? • Blev to-vejs lyttestrategien indarbejdet i alle faser af processen? • Reagerede alle interessenter godt på medieforespørgsler? • Hvor er du i stand til at reagere effektivt på offentlige bekymringer?

Machine Translated by Google

WHO's regionale kontor for Europa

Verdenssundhedsorganisationen (WHO) er et specialiseret agentur under FN oprettet i 1948 med det primære ansvar for internationale sundhedsspørgsmål og folkesundhed. WHO's regionale kontor for Europa er et af seks regionale kontorer i hele verden, hver med sit eget program tilpasset de særlige sundhedsforhold i de lande, det betjener.

Medlemslande

Albanien
Andorra
Armenien
Østrig
Aserbajdsjan
Hviderusland
Belgien
Bosnien-Hercegovina
Bulgarien
Kroatien
Cypern
Tjekkiet
Danmark
Estland
Finland
Frankrig
Georgien
Tyskland
Grækenland
Ungarn
Island
Irland
Israel
Italien
Kasakhstan
Kirgisistan
Letland
Litauen
Luxembourg
Malta
Monaco
Montenegro
Holland
Nordmakedonien
Norge
Polen
Portugal
Republikken Moldova
Rumænien
Den Russiske Føderation
San Marino
Serbien
Slovakiet
Slovenien
Spanien
Sverige
Schweiz
Tadsjikistan
Kalkun
Turkmenistan
Ukraine
Det Forenede Kongerige
Usbekistan

WHO/EURO:2022-3471-43230-60590

VERDENSSUNDHEDSORGANISATIONEN

REGIONALKONTOR FOR EUROPA

FN By, Marmorvej 51,
DK-2100 København Ø, Danmark

Tlf.: +45 45 33 70 00 Fax: +45 45 33 70 01

E-mail: eurocontact@who.int

Hjemmeside: www.euro.who.int